



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

alcoolisme

Question écrite n° 1819

Texte de la question

M. Daniel Garrigue attire l'attention de M. le ministre de l'équipement, des transports, du logement, du tourisme et de la mer sur la campagne « Alcool » de l'été 2002 et particulièrement sur la campagne d'affichage. Alors que l'article L. 3311-3 du code de la santé publique prévoit que les messages de prévention et d'information ne doivent pas présenter de caractère discriminatoire entre les différents produits, il observe qu'à travers une illustration représentant un conducteur prisonnier d'une bouteille de vin dont le pare-brise arbore l'envers d'une étiquette provenant d'un château... le vin seul est mis en cause dans cette campagne. Tout en adhérant aux campagnes sur les risques que comporte l'alcool au volant, il lui demande pour quelles raisons les autres boissons alcoolisées - notamment les plus redoutables, c'est-à-dire les alcools et la bière, malheureusement très largement consommés par certains jeunes - ne sont pas clairement mises en cause. Il lui demande également quand les pouvoirs publics auront le courage de mettre en cause la consommation de drogues, même dites douces, et notamment les dangers de l'association drogue-alcool, et de mettre en oeuvre les moyens d'information statistique, de prévention, de contrôle et de sanction de ce facteur qui tient malheureusement une place importante dans un nombre élevé d'accidents de la circulation.

Texte de la réponse

Les accidents de la route constituent un fléau contre lequel tous doivent se mobiliser, ainsi que l'a demandé le Président de la République. Il est établi que la consommation excessive d'alcool avant la conduite, les vitesses inadaptées et le défaut de port de la ceinture de sécurité demeurent des causes majeures de l'insécurité routière. La campagne de communication, réalisée par la direction de la sécurité et de la circulation routières qui a pour thème « l'alcool au volant », a pour objectif d'alerter le public non sur la consommation d'alcool en soi, mais sur l'incompatibilité entre consommation d'alcool et conduite. L'affiche, support de la campagne, essaie d'interpeller les conducteurs sur le fait que l'alcool diminue leurs capacités physiques, souvent à leur insu. C'est dans ce but que l'agence de communication en charge de la campagne, a imaginé d'évoquer, à partir d'une étiquette fictive, une consommation courante, sachant que le message figurant sur l'affiche « Dès 0,5 g/l, l'alcool réduit votre champ de vision » concerne, sans ambiguïté, tous les types de produits alcoolisés et leur consommation par les conducteurs. Il n'était donc nullement dans les intentions des responsables de cette campagne de s'attaquer tout spécialement à la production viticole et de négliger les conséquences néfastes sur la conduite automobile d'autres types de boissons alcoolisées. L'honorable parlementaire suggère que les organisations professionnelles soient mieux associées aux campagnes de communication. Des partenariats ont déjà été établis avec entreprise et prévention, groupe de réflexion et d'initiatives de producteurs de boissons, pour lutter contre l'alcool au volant. Le ministre de l'équipement, des transports, du logement, du tourisme et de la mer souhaite vivement qu'il en soit de même avec les organisations professionnelles viticoles à qui la déléguée interministérielle à la sécurité routière a proposé une rencontre en ce sens.

Données clés

Auteur : [M. Daniel Garrigue](#)

Circonscription : Dordogne (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 1819

Rubrique : Sécurité routière

Ministère interrogé : équipement, transports et logement

Ministère attributaire : équipement, transports et logement

[Date\(s\) clé\(s\)](#)

Question publiée le : 19 août 2002, page 2873

Réponse publiée le : 25 novembre 2002, page 4462